



# VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

59. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 6. APRIL 1934

NUMMER 15

## Notwendige Bemerkungen zur Kalkulation des Uhrmachers

Von H. W. Tümena

Kalkulationsfragen sind seit geraumer Zeit als Thema in den Innungsversammlungen wieder recht beliebt. Die „Schleuderer“ erhitzen die Gemüter, und unablässig ertönt die Forderung, daß die Innung Preise festzusetzen habe, und daß sie auch in die Lage versetzt werden müsse, die Übertreter schwerer Bestrafung zuzuführen. Nach solchen Diskussionen werden Preise für den Verkauf von Trauringen, auch zum Teil Reparaturpreise festgelegt, um zunächst den Anfang mit einigen Warengruppen zu machen. Dabei empfindet man immer wieder, daß eine weitgehende Unsicherheit in bezug auf die Probleme der Preisgestaltung besteht.

### Unkenntnis der Kalkulationsprobleme

Man kann darüber streiten, ob ein weitgehender Preisschuß oder weitgehende Kalkulationsfreiheit für das einzelne Uhrenfachgeschäft das erstrebenswerte Ziel ist; offensichtlich ist aber, daß die Klagen über unzeitgemäßes Kalkulieren, über „Schleudern“ u. dgl. ihren Grund in weitverbreiteter Unkenntnis der Kalkulationsprobleme haben. Hier handelt es sich um ein wichtiges kaufmännisches Kapitel, in das der oft nur fachlich geschulte Uhrmacher nur wenig Einblick genommen hat. Daher dürfte es willkommen sein, einige Begriffe zu klären, um die Diskussion über Kalkulationsfragen zu vereinfachen und das Ziel klarer zu erkennen.

Wir wollen unter „Kalkulation“ den Vorgang verstehen, durch den der Einkaufspreis der Ware um einen bestimmten Aufschlag erhöht zum Verkaufspreis umgestaltet wird. Wie hoch ist der Einkaufspreis der Ware? Da auch darüber noch Unklarheiten bestehen, so sei hier eindeutig festgehalten, daß der Einkaufspreis dem Preise entspricht, den wir aufwenden müssen, um die Ware zu unserem Lager zu erhalten, also der Fabrikpreis zuzüglich aller Versand- und Verpackungsspesen. Wenn z. B. eine Rechnung folgende Posten umfaßt:

Eine Uhr . . . . .	12,00 RM
Verpackung . . . . .	0,60 „
Porto . . . . .	0,40 „
Summe:	13,00 RM

so ist der Einkaufspreis der Ware, von dem bei der Kalkulation auszugehen ist, 13 RM, also nicht etwa 12 RM!

### Der „übliche Verkaufspreis“

Um den richtigen Verkaufspreis zu ermitteln, ist in erster Linie zu prüfen, welcher Preis für die Ware im allgemeinen vom Kunden gezahlt wird. Abgesehen von wirklichen Neuheiten, für die man keine Vergleiche heranziehen kann, wird es für alle Waren im Uhrenfachgeschäft einen Verkaufspreis geben, der als der „übliche Verkaufspreis“ angesprochen werden kann. Dieser Preis, der dem Branchekundigen bekannt ist, kann nicht willkürlich geändert werden. Es ist der Preis, der sich aus Angebot und Nachfrage entwickelt hat und durch Konjunktur und Konkurrenz mit bestimmt wird. Man wird einen einfachen Baby-Wecker niemals mit 20 RM verkaufen können, da der Preis für einen solchen Wecker durch jahrelange Übung festgelegt und allgemein bekannt ist. Ein bestimmtes Preisniveau kann nicht überschritten werden, wenn man die Ware nicht unverkäuflich machen will. Diese Tatsache des „üblichen Verkaufspreises“ erklärt auch die abgleitenden Preise in der Krise. Obwohl die Waren nicht schlechter wurden, mußte man dennoch die Preise herabsetzen, weil man nur zu ermäßigten Verkaufspreisen verkaufen konnte. Die Kaufkraftschumpfung wirkte stärker als alle Kalkulationsberechnungen.

Man hat oft gegen diese Methode, den Preis nach der Verkäuflichkeit zu bestimmen, gewettert, sie als wenig gründlich und als verderblich bezeichnet, sie wird aber in der Praxis unvermeidbar sein, denn ein Verkaufspreis, der die Verkäuflichkeit des Artikels ausschließt, ist sinnlos. (Ausdrücklich sei hier eingeschaltet, daß eine Ware in diesem Sinne nicht nur „zu teuer“, sondern auch „zu billig“ sein kann! Sie erscheint den Käuferkreisen als nicht mehr begehrenswert.) Man wird bei der Festlegung von Verkaufspreisen immer die Frage stellen müssen: Zu welchem Preis ist diese Ware angesichts der allgemeinen Üblichkeit, der Konjunktur und der Konkurrenzangebote verkäuflich?

Die Beantwortung in der Praxis wird bei den im Uhrenfachgeschäft geführten Artikeln nicht immer leicht sein. Es kommt jedoch nicht darauf an, einen bestimmten Preis als Antwort festzulegen, sondern sich über die Preisgrenzen nach unten und nach oben klar zu werden. Diese Überlegung führt auch zum Verständnis für das